

Вопросы к экзамену по дисциплине «Управление и экономика фармации» (Фармацевтический факультет, 4 курс, 8 семестры)

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы специалитета по специальности 33.05.01 Фармация,
утвержденной 30.03.2022 г.

1. Задачи и функции предприятий оптовой торговли. Правила оптовой торговли.
2. Ценовые и неценовые детерминанты спроса. Коэффициент перекрестной эластичности.
3. Кассовые операции. Оформление первичных кассовых документов.
4. Научная и деловая информация. Первичные и вторичные источники информации.
5. Аптека как розничное звено в системе продвижения фармацевтических товаров. Классификация, основная задача и функции аптечных организаций. Порядок открытия. Виды деятельности.
6. Организационная структура: понятие, принципы построения. Основные типы структур. Номенклатура должностей аптечных работников, рекомендуемые штатные нормативы.
7. Затраты предприятия. Сущность издержек обращения и их классификация. Учетные регистры. Формирование учетной политики аптеки. Организация бухгалтерского учета.
8. Факторы, влияющие на информационную потребность. Критерии выбора информации. Прямые методы изучения информационных потребностей.
9. Государственная политика в здравоохранении и фармации.
10. Институциональная среда фармацевтической службы.
11. Федеральные законы и другие законодательные акты, регулирующие правовые отношения в фармацевтической практике.
12. Экономическая сущность цены. Виды цен, состав, структура и влияющие факторы.
13. Разработка ценовой стратегии. Выбор стратегии в зависимости от стадии жизненного цикла ЛС.
14. Влияние основных факторов на валовый доход (изменение цены, реализации, спроса и др.) Факторы, влияющие на прибыль. Анализ сбалансирования между объемом производства, издержками, прибылью (точка безубыточности производства).
15. Косвенные методы изучения информационных потребностей.
16. Основные характеристики методов изучения информационных потребностей.

17. Требования к открытию организации оптовой торговли ЛС. Порядок государственной регистрации и лицензирования предприятия оптовой торговли ЛС.
18. Валовая и чистая прибыль, проблемы максимизации прибыли.
19. Трудовые договора и соглашения. Учет отработанного времени.
20. Классификация вопросов, используемых в прямых методах и порядок обработки полученных данных при проведении изучения информационных потребностей субъектов фармацевтического рынка. Характеристика основных этапов изучения информационных потребностей врачей косвенными методами и порядок расчета показателей, используемых в косвенных методах.
21. Лицензирование фармацевтической деятельности. Виды деятельности.
22. Основные формы лекарственного обеспечения стационарных больных. Межбольничная аптека; больничная аптека, являющаяся отделением больницы. Основная задача, функции, порядок организации.
23. Учет движения товаров в аптеке. Процесс снабжения. Виды договоров.
24. Социальная реклама и спонсорская реклама. Роль рекламы в фармации.
25. Нормативные документы, регламентирующие рекламу фармацевтических товаров и требования, предъявляемые к рекламе лекарственных средств. Типы рекламы.
26. Сущность предпринимательской деятельности. Порядок регистрации аптечных организаций. Формы собственности и организационно-правовые формы.
27. Неценовые детерминанты предложения.
28. Производственная функция и закон убывающей предельной отдачи.
29. Правила приемки товара, определяемые местом его получения.
30. Этапы разработки плана рекламы. Правила разработки рекламного обращения. Элементы фирменного стиля. Рекомендации по созданию рекламной продукции. использование особенностей цвета в рекламе. Закономерности управления вниманием, восприятием, памятью, мышлением при проектировании рекламного продукта.
31. Здравоохранение как система. Принципы здравоохранения.
32. Фармацевтическая служба как составная часть системы "Здравоохранение"; вертикальная и горизонтальная структуры управления.
33. Министерство здравоохранения Российской Федерации, задачи, структура.
34. Особенности ценообразования на лекарственные средства. Государственное регулирование цен на ЛС.
35. Первичный учет движения основных средств. Инвентарный объект, инвентарный номер.
36. Мероприятия по формированию рекламы. Особенности разработки рекламы в местах продаж. Особенности разработки рекламы в оформлении товара. Правила разработки рекламы в периодической печати. Правила разработки рекламы на телевидении.

37. Концепция фармацевтической помощи. Определение понятий: фармацевтическая помощь, фармацевтическая деятельность.
38. Анализ розничного товарооборота.
39. Планирование розничного товарооборота, сезонные колебания.
40. Формы первичной документации по приходу и расходу товаров. Товарный отчет.
41. Менеджмента как наука, профессия, области знаний. Фармацевтический менеджмент. Субъект управления и объект управления. Основные научные школы менеджмента и этапы их формирования.
42. Организация работы аптеки, обслуживающей население. Стандарт деятельности аптечной организации, обслуживающей население. Аптека производственного и непроизводственного типа. Состав помещений в зависимости от видов деятельности.
43. Понятие экономического анализа, его цель и задачи. Схема экономического анализа.
44. Показатели и величины, применяемые в экономическом анализе и их классификация.
45. Основные средства: определение, классификация, виды стоимости, износ (амортизация).
46. Перечислите общие подходы в теории управления. Системный,
47. ситуационный и количественный подход к управлению. Основные принципы управления. Охарактеризуйте основные законы управления.
48. Особенности аптечного изготовления лекарств. Рациональная организация и аттестация рабочих мест. Нормативное регулирование изготовления лекарственных средств в аптечных организациях.
49. Организация изготовления в аптеках концентратов, полуфабрикатов и их документальное оформление.
50. Экономическая сущность прибыли. Принципы формирования прибыли аптечной организации. Валовый доход, торговая надбавка
51. Виды учета (оперативный, статистический, бухгалтерский, финансовый и управленческий); учетные измерители.
52. Управленческие технологии и общенаучные методы используемые в фармацевтическом менеджменте. Виды моделей в фармации.
53. Организация работы аптеки по приему рецептов и отпуску лекарств. Номенклатура должностей специалистов аптеки, осуществляющих прием рецептов и отпуск по ним лекарств; оборудование и оснащение их рабочих мест.
54. Действие основных экономических законов на фармацевтическом рынке. Теория спроса и предложения. Коэффициент эластичности спроса и предложения, равновесная цена.
55. Бухгалтерский учет: объекты, задачи и требования, предъявляемые к ведению бухгалтерского учета. Нормативное регулирование бухгалтерского учета.
56. Законы организации в статике и динамике. Принципы формирования

- 57.фармацевтической организации. Основные признаки и характеристики организации. Этапы жизненного цикла организации. Архитектоника фармацевтической организации.
- 58.Внутриаптечная заготовка. Организация и учет лабораторно-фармацевтических работ в аптеках.
- 59.Товарные ресурсы, товарные запасы и их классификация.
- 60.Хозяйственный учет и его роль в системе управления. Учет как информационная система для принятия управленческих решений.
- 61.Основные характеристики оптимизации структуры. Организационное проектирование и департаментизация в фармации. Положение о структурном подразделении. Основные механизмы функционирования предприятия: технологический и организационный.
- 62.Организация внутриаптечного контроля качества ЛС, отпускаемых из аптеки. Виды внутриаптечного контроля качества.
- 63.Приемочный контроль и предупредительные мероприятия, способствующие повышению качества лекарственных средств.
- 64.Товарооборот как процесс обращения товаров. Разделы товарооборота.
- 65.Товарооборот как экономический показатель. Способы его измерения. Факторы, влияющие на величину товарооборота.
- 66.Расчет естественной убыли.
- 67.Основные функции кадрового менеджмента. Характеристика системы управления персоналом. Принципы кадрового менеджмента. «Трудовой коллектив» и стадии формирования трудового коллектива.
- 68.Организация хранения лекарственных средств и изделий медицинского назначения в аптеках.
- 69.Особые правила хранения наркотических ЛС, ядовитых, сильнодействующих ЛС, психотропных и прекурсоров. Порядок уничтожения ЛС, пришедших в негодность.
- 70.Планирование в деятельности аптечной организации и его принципы.
- 71.Сущность планирования и его отличие от прогнозирования.
- 72.Стратегическое, тактическое и оперативное планирование экономической деятельности аптечной организации.
- 73.Книга кассира-операциониста, кассовая книга.
- 74.Виды структур трудового коллектива и процедура подбора кадров.
- 75.Функционально-должностная инструкция. Функции руководителя. Основные права и обязанности работника. Основные права и обязанности работодателя.
- 76.Оценка работы персонала.
- 77.Основная задача и функции аптеки. Формы собственности и организационно-правовые формы.
- 78.Потребительское поведение. Закон убывающей предельной полезности. Эффекты дохода и замещения. Нефункциональный спрос и его виды.
- 79.Выплаты за неотработанное время. Оформление первичной документации по учету заработной платы. Удержания.

80. Трудовой договор (сроки, виды). Коллективный договор. Содержание и структура. Оформление приема на работу. Изменение трудового договора.
81. Переводы работника на другую работу. Прекращение трудового договора. Общие основания. Трудовая книжка. Правила ведения и хранения трудовых книжек.
82. Сбытовая логистика. Логистика складирования. Оптовая торговля, классификация организаций оптовой торговли. Национальные и региональные дистрибьюторы ЛС и других товаров. Основные тенденции развития.
83. Организация работы аптеки по реализации товаров и услуг. Виды отпуска товаров из аптечных организаций. Правила розничной торговли ЛС.
84. Основные элементы метода бухгалтерского учета.
85. Техника безопасности; виды инструктажа аптечных работников. Порядок проведения и регистрации. Аттестация и сертификация фармацевтических специалистов.
86. Организация работы аптеки по реализации товаров и услуг. Виды отпуска товаров из аптечных организаций. Правила розничной торговли ЛС.
87. Анализ и планирование издержек обращения аптечных организаций. Абсолютная экономия ИО
88. Бухгалтерский баланс. Структура, статьи баланса. Типы изменений в балансе.
89. Межличностная и управленческая коммуникации. Задачи коммуникации.
90. Коммуникации между организацией и ее средой. Межуровневые коммуникации в организации. Коммуникации между различными отделами. Коммуникации руководитель – подчиненный. Коммуникационный процесс. Элементы и этапы процесса коммуникаций
91. Сущность предпринимательской деятельности. Порядок регистрации аптечных организаций. Формы собственности и организационно-правовые формы.
92. Инвентаризация товарно-материальных ценностей.
93. Учет труда и заработной платы. Виды заработной платы и формы оплаты труда.
94. Основные этапы процесса коммуникации. Основные виды коммуникаций.
95. Этапы процедуры проведения деловой беседы, проведения совещания, правила телефонного этикета. Основные разновидности коммуникаций и основные типы коммуникационных сетей. Коммуникационный стиль, основные коммуникационные стили.
96. Основные операции технологического процесса на аптечном складе и зоны, где они осуществляются.

97. Организация приема и хранения товаров на аптечном складе.
98. Приемная комиссия склада. Сроки годности Л С. Контроль за сроками годности при хранении.
99. Маркетинговые методы определения потребности и изучения спроса на лекарственные средства. Виды спроса и расчет его величины. Факторы, формирующие потребление ЛС.
100. Абсолютные и относительные показатели товарных запасов. Факторы, влияющие на размер запаса.
101. Управленческие решения и проблемы. Причины возникновения проблемной ситуации. Виды управленческих решений. Этапы процесса принятия решений. Методы, используемые на различных этапах принятия управленческих решений. Сущность и характерные особенности решений. Классификация управленческих решений: по функциональному содержанию; по характеру решаемых задач; по иерархии управления; по характеру целей; по причинам возникновения; по исходным методам разработки; по организационному оформлению.
102. Таксирование рецептов и порядок их регистрации. Правила оформления и сроки хранения изготовленных в аптеке лекарств. Отпуск лекарств из аптеки. Сроки хранения рецептов в аптеке.
103. Предложение и величина предложения. Закон предложения.
104. Эластичность предложения и факторы, влияющие на нее.
105. Счета бухгалтерского учета. План счетов. Простые и сложные бухгалтерские проводки. Двойная запись.
106. Документ, его значение в деятельности предприятия. Классификация документов: виды, форма, содержание, происхождение, сроки хранения, степень гласности, средства фиксации, стадии, срочность. Функции документов: коммуникативная, информационная, научно-историческая. Унификация документов. Организационные документы. Распорядительные документы. Информационно- справочные документы.
107. Структура системы доведения ЛС до потребителя: общая характеристика. Организация товародвижения: формирование логистических каналов распределения товаров. Характеристика прямых и косвенных каналов товародвижения.
108. Товарная политика аптеки как основной элемент маркетинговой функции. ЛС как товар: характерные черты и особенности.
109. Ассортимент аптечных товаров и факторы его формирования. Определение рационального набора одновременно обращаемых на рынке ЛС с учетом стадии их жизненного цикла
110. Структура розничной реализации и прочий документированный расход.
111. «Стиль руководства». Основные подходы определения стиля руководства.

112. Одномерные и многомерные стили руководства, «решетке менеджмента». «Группы» формальных и неформальных структур трудового коллектива.
113. Порядок отпуска ЛС в ЛПУ из аптеки общего типа, больничной аптеки и МБА.
114. Товарооборот как процесс обращения товаров. Разделы товарооборота.
115. Учет денежных средств и расчетов. Виды расчетов, расчетные документы при различных формах безналичных расчетов.
116. «Социально-психологический климат коллектива» (СПК). Методы используемые для изучения социально-психологического климата коллектива, «социометрия», социокультура коллектива. Конфликт, конфликтная ситуация, инцидента. Причины конфликтов в фармацевтических организациях. Методы, используемые для управления конфликтной ситуацией. Стили разрешения межличностных конфликтов, Последствия, к которым могут привести конфликты.
117. Правовое регулирование деятельности, связанной с оборотом наркотических средств и психотропных веществ.
118. Предметно-количественный учет лекарственных средств. Естественная убыль (трата) товаров в аптеке.
119. Методики определения потребности в лекарственных средствах различных фармакотерапевтических групп.
120. Методика анализа нормирования товарных запасов в сумме и днях запаса. Факторы, способствующие ускорению товарооборачиваемости.
121. Лицензирующие органы и их полномочия. Лицензионные требования и условия. Порядок проведения лицензирования фармацевтической деятельности аптечного учреждения на территориальном уровне. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере оптовой торговли. Лицензирование фармацевтической деятельности в сфере производства лекарственных средств.
122. Подведение итогов лицензирования.
123. Организационная структура аптеки. Номенклатура должностей аптечных работников.
124. Формы первичной документации по приходу и расходу товаров. Товарный отчет.
125. Налоги и сборы. Налоговая система в РФ.
126. Определение целей предприятия в бизнес-плане. Исследование и анализ сбыта. План маркетинга. Изучение издержек обращения и безубыточности.
127. Конкуренция и другие внешние факторы. Финансовый план. Целевая ориентация и комплексность маркетинга. Сущность аналитической функции. Сущность производственной функции.

Сущность сбытовой функции. Сущность функции управления и контроля. Основные виды маркетинга.

128. Порядок открытия. Виды деятельности. Состав помещений в зависимости от видов деятельности.
129. Валовый доход, торговая надбавка
130. Выплаты за неотработанное время. Удержания.
131. Сегментация фармацевтического рынка, как важнейшая особенность маркетинговой концепции. Характеристика основных факторов сегментации. Основные критерии сегментации рынка. Сегментация по продукту.
132. Сегментация по основному конкуренту, "емкость рынка". Факторы, учитываемые при определении емкости национального рынка.